

recibido: 05.03.2016 / aceptado: 21.06.2016

La automatización y digitalización de la vida cotidiana

The automation of Everyday Life

Dr. Patrick Crogan
University of West England

Referencia de este artículo

Crogan, Patrick (2016). La automatización y digitalización de la vida cotidiana. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº12. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 127-139. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.12.8>

Palabras clave

Automatización; Técnica; Plantilla; Facebook; Cultura Digital.

Keywords

Automation; Technique; Pattern, Facebook, Digital Culture.

Resumen

Este texto recoge la conferencia *The Automation of Everyday Life* impartida por el Dr. Patrick Crogan (University of West England, Bristol) el 5 de Febrero de 2016 en el marco de las *Jornadas de comunicación y cultura digital: Investigaciones emergentes* de la Universitat Jaume I. Dichas jornadas fueron organizadas por la dirección del Programa de Doctorado en Ciencias de la Comunicación y del Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación con el apoyo del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I y la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AEIC).

Abstract

This text is the translation of the conference The automation of Everyday Life, imparted by Dr. Patrick Crogan (University of West England, Bristol), the 5th of February of 2016 on the Meetings about communication and digital culture: Emerging research of the Universitat Jaume I. The meetings were organized by the direction of the Doctoral Program in Communication and the Master in New trends and processes in Communication, and under the support of the Department of the Communication Sciences of the Universitat Jaume I and the Spanish Association of Researching in Communication (AEIC)

Autor

Patrick Crogan es Profesor de Culturas Digitales en el Departamento de Artes e Industrias Culturales de la *University of the West of England* (Bristol). Ha publicado diferentes libros como *Gameplay mode: War, simulation and technoculture* (University of Minesota Press), y actualmente se encuentra trabajando en las maneras en las que la automatización impacta sobre los sectores de la cotidianidad.

1. Introducción

He escogido el tema de la automatización porque el año pasado, en el DCRC decidimos que era un área prioritaria para investigar con el mayor detalle posible. Hemos llamado a esta investigación la «automatización de la vida cotidiana», en parte para sugerir la escala y el alcance de la expansión de la automatización y la Inteligencia Artificial en los últimos años. Quizá hayan oído hablar del título de un libro escrito por un teórico francés, Michel de Certeau. Su influyente *La práctica la vida cotidiana* (1988) analizó la manera en la que la vida social moderna estaba organizada mediante potentes y complejas estructuras (políticas, económicas, arquitectónicas, logísticas) que funcionaban para organizar la manera en la que la gente reflexionaba sobre sus propias vidas y la manera en la que las vivía. Para De Certeau la gente mantiene la posibilidad de usar esos sistemas y esas estructuras de manera diferente, modificando y retorciendo su funcionamiento. Haciendo eso, respondían al poder de las grandes estructuras y creaban la oportunidad de generar respuestas culturales y políticas.

En la maravillosa introducción de *La práctica de la vida cotidiana*, De Certeau compara la vista de Nueva York desde el Empire State con la experiencia de alguien que pasea por la ciudad. Este contraste ilustra su concepción de las relaciones dinámicas entre las estructuras de organización y de control, así como el potencial individual para filtrarse entre ellas.

También es relevante para identificar lo que sería la «automatización» –y por qué es un tema relevante en el campo de la investigación de las culturas digitales– el análisis que Henri Lefebvre realiza de la vida cotidiana como una organización del tiempo en su libro *Rhythmanalysis* (2004). Como De Certeau, e influenciado por Gastón Bachelard, el sociólogo marxista Lefebvre se encargó de la construcción social del tiempo de la vida cotidiana como un proceso para la moderación y la canalización de las condiciones psicológicas de la experiencia. El condicionamiento de la percepción de los ritmos biológicos fue el tema sobre el que giró la obra del creador de la noción de *ritmoanálisis*, el filósofo portugués Lúcio Alberto Pinheiro dos Santos. Pero para Lefebvre, el cuerpo es el emplazamiento desde el que experimentamos las actividades culturales y político-económicas, sintiendo el tiempo a través de producciones sociales y culturales del espacio vivido y de los fenómenos espaciales, como por ejemplo las ciudades, los transportes públicos, las fábricas, las iglesias, las escuelas, los periódicos, las cadenas de televisión, los ordenadores, etc.

2. Automatización: tema clave del futuro global inmediato

He citado brevemente las aportaciones de De Certeau y de Lefebvre en el estudio de la vida cotidiana porque muestran el profundo nivel sistémico en el que la automatización está afectando mediante su expansión a través de la cultura digital a nuestras sociedades contemporáneas. Esta expansión de los sistemas inte-

ligentes automatizados, servicios y objetos técnicos, afecta a todos los aspectos en los que el capitalismo industrial está transformando a nuestras sociedades desde hace ya varias décadas. Mencionaré tres áreas concretas:

- a. *Drones*: La robótica militar ha provisto de mayor empuje a los grandes avances y a la notable ampliación de este campo en los últimos 20 años. La manera en la que se han usado experimentalmente en acciones militares localizadas en Irak, Afganistán, Paquistán, Siria, Israel, Palestina, Líbano, Yemen y otros lugares, ha transformado la estrategia militar y su doctrina operacional. Esto ha formulado preguntas fundamentales sobre la naturaleza de las intervenciones armadas y sobre la existencia de los ciudadanos-soldado, la importancia de la ley internacional o de los Derechos Humanos, el futuro de la geopolítica y de la «seguridad» diplomática, etc. En este aspecto, recomiendo la polémica protagonizada por Gregoire Chamayou contra el predominio de los drones militares.
- b. *Matilda y los Robots K5*: Siguiendo el espectacular incremento en el desarrollo de la robótica, estamos viendo cómo aumenta el número de proyectos no militares, la aplicación de robots en el cuidado de ancianos, la búsqueda y rescate de supervivientes en catástrofes naturales o el control sobre el trabajo industrial. La compañía californiana *Knightscope's K5* ensaya en diferentes lugares de Estados Unidos lo que de acuerdo con el *MIT Technology Review* se podía considerar la realización de trabajos «mal pagados y monótonos». Los primeros trabajos de K5 incluyeron la protección a las compañías de Silicon Valley, incluyendo a Microsoft. Deberíamos hacer notar, además, que tanto Estados Unidos como otras fuerzas policiales están usando ya robots de vigilancia, mientras los ingenieros futuristas más entusiastas ya imaginan un mañana en la que la aplicación de «robots tácticos» ayude en la vigilancia policial.
- c. El *Venturer* (Coche dirigido automáticamente) y los trabajos fácilmente automatizables: La amenaza a la seguridad financiera de muchos empleados se está expandiendo. Diferentes informes de varios *think tanks* y centros de investigación incluyendo al *Belgian Breugel* y al *Oxford Martin School* predicen aumentos en las tasas de desempleo de todos los sectores gracias a la creciente automatización. Las estimaciones llegan al 50% en Bélgica, el 43% en Inglaterra y al 56% en Italia o Polonia. Los conocidos proyectos *Driveless car* de Google, entre otros, tienen como una de sus principales aplicaciones comerciales la automatización del transporte de mercancías por carretera. Esto podría hacer prescindibles a la gran mayoría de conductores allí donde se encuentran los grandes núcleos de consumo de bienes y servicios que se alimentan de esta manera. Los ciudadanos que se encuentran desarrollando tareas de gestión y administración y que requieren de un cierto conocimiento previo se encuentran en la línea de flotación de aquellos equipos de trabajadores automatizados dotados con inteligencia artificial. Tom Davenport ha estudiado las

posibles automatizaciones del trabajo intelectual especializado, y hay bastantes más campos profesionales afectados de los que generalmente se mencionan en los debates habituales. El caso de los diagnósticos clínicos es un ejemplo inicial de este tipo de desarrollo en «sistemas que pueden generar la labor de expertos». El análisis de Rayos X y otros escaneos médicos (llamados *Computer Aided Diagnosis*) son únicamente un área de las aplicaciones médicas automatizadas que forman parte de nuestra realidad. Tom Davenport nos ha ofrecido un recorrido por la historia de la automatización industrial, desde la automatización del trabajo manual en su fase inicial hasta la capacidad de automatizar distintos servicios administrativos para terminar señalando la capacidad de las máquinas para tomar decisiones complejas basadas en el análisis de situaciones. Volveré a esta idea más adelante.

3. Medios digitales y automatización: dos perspectivas

¿Qué tienen que ver los medios digitales con este tema? Es una pregunta compleja. Propongo dos maneras de responderla para alcanzar los hitos principales de mi investigación sobre la automatización:

1. Los medios digitales otorgan la infraestructura comunicativa y los interfaces que posibilitan la investigación, el desarrollo y la implementación de estas «disruptivas» innovaciones. Son clave en la expansión y la intensificación del impacto de las computaciones digitales en las últimas décadas, sobre todo si pensamos que la computación pasó de ser una actividad altamente especializada, casi siempre en el campo militar, para acabar siendo una tecnología persuasiva para organizar la información y trabajar con ella, produciendo así nuevas formas de conocimiento, productos, experiencias, etc.

Spacewar! es generalmente recordado como el primer videojuego (lo que es parcialmente cierto), pero fue desarrollado para explorar las posibilidades de un interfaz basado en elementos visuales proyectados en una pantalla en el último modelo de IBM, el PDP-1. Fue muy popular como demostración de este tipo de interfaces, y posteriormente jugó un papel clave en la expansión de la accesibilidad y la potencialidad de la computación digital.

Entendemos la globalización de posguerra como una especie de «revolución» neoliberal, «post-industrial» y capitalista. Pero no puede ser comprendida adecuadamente sin tener en cuenta el surgimiento de la computación digital. Por supuesto, esta globalización de posguerra también repitió los mecanismos globalizadores occidentales anteriores, que estuvieron conectados con las comunicaciones analógicas –la revolución de la telegrafía, la prensa de distribución para las masas, los registros

fonográficos, el cine, la radio... La «revolución digital» es parte de una historia más amplia de transformaciones tecnológicas e industriales que tuvieron lugar en la historia de Occidente y en sus expansiones globales.

2. Más allá del hecho de que los medios digitales y las comunicaciones contemporáneas están estructuralmente comprometidas con la transformación tecno-capitalista y tecno-científica, lo cierto es que se han convertido en las formas mayoritarias de comunicación contemporáneas. Han reemplazado a las clásicas plataformas del siglo XX: la televisión, el cine, la radio, la prensa... Pero quizá sea más correcto decir que estas plataformas han sido absorbidas y reinventadas de acuerdo a la lógicas y posibilidades de los medios digitales. Por ejemplo, la «televisión» hoy es una mezcla de la BBC, *oplayer*, *Youtube*, sitios que ofrecen emisiones en *streaming*, *Vine*, etc.

Como medios comerciales de masas que son, los medios digitales tienen un innegable interés para los investigadores que llevamos ya bastante tiempo trabajando sobre ellos: Sobre ellos se sostienen las modas y las costumbres del sistema social ya establecido mediante la producción de opiniones hegemónicas, valores e identificaciones empáticas. Y desde la segunda mitad del siglo XX, el control sobre los niveles de consumo se ha vuelto central en el mantenimiento de las tendencias del sistema capitalista global. La coordinación del consumo con la producción industrial devino crucial para evitar el colapso sistémico experimentado en los años 30 cuando la sobreproducción causó una gran inflación, el mercado de valores se desplomó y se generó paro de manera masiva. Para sostener lo que el filósofo Bernard Stiegler llamó la «guerra de la innovación permanente», lanzada por la industrialización capitalista en el siglo XIX, el avance de las naciones industriales, lideradas por los Estados Unidos, generó técnicas de promoción, marketing y publicidad para regular sistemáticamente el deseo de los consumidores con la producción de bienes y servicios. Las nuevas «industrias» se acercaron a los medios de comunicación de masas como las principales plataformas para comunicar y diseminar ideas, conocimiento, información y valores. Se volvieron necesarias para su financiación, el contenido de sus producciones y su significado político y social. La declaración definitiva sobre la función de la televisión desde este punto de vista fue ofrecida por el ejecutivo francés Patrick Le Lay cuando afirmó que el trabajo de la televisión era entregar globos oculares a los publicistas.

Mientras los medios digitales emergieron, gente como Michael Goldhaber comenzaron a hablar sobre la «atención» como la base de una nueva «economía» para dirigir los escasos recursos de la conciencia del consumidor. En los escritos de Goldhaber de la década de los noventa, la revolución digital permitió el acceso a todo tipo de informaciones y generó una crisis en el marketing y en la promoción comercial debido a

que había demasiados datos, y además, se podía acceder a ellos gratuitamente. Goldhaber hizo hincapié en el rol de los media como los canales primarios para la regulación de los deseos del consumidor, especialmente teniendo en cuenta que dicha atención se caracterizaba por su escasez y su parquedad. La historia de la colonización comercial en Internet puede ser entendida como un proceso de compresión e implementación de esta noción de «economía de la atención» construido sobre el acto mismo de monopolizar online las experiencias y las actividades de otras personas. Tim Berners Lee y su grupo de acción social [*World Wide Web Consortium* (W3C)] están intentando que Internet vuelva a aquello que prometía ser una vez se independizó de sus lazos con el ejército y la academia: una fuente abierta a la consulta de todos, pública y orientada al bien común.

Sin embargo, las principales corporaciones tienen como objetivo el monopolio de la atención en sus plataformas, o bien el «monitoreo» de tu actividad. También trabajan sobre ello algunos de los centros de investigación más relevantes, así como sus equipos de análisis de datos mediante inteligencia artificial para la automatización de la producción, distribución y entrega de bienes y servicios.

4. Automatización y mediación social

Así que, teniendo esto en cuenta, déjenme añadir algunas cosas sobre la automatización que resultan cruciales para el desarrollo de las transformaciones digitales en los medios de comunicación y, por lo tanto, en la cultura.

La aplicación de técnicas de Inteligencia Artificial –reconocimiento de imágenes y de patrones, grandes análisis de datos, etc.- por este tipo de corporaciones están económicamente generadas para extraer el máximo valor de las enormes bases de datos que poseen sobre el consumo de los usuarios. Monitorean sus páginas web y en sus aplicaciones para móviles. Hoy, la mayoría de estos servicios se centra alrededor de la participación y la mediación social. Así que lo primero que tenemos que entender sobre las plataformas sociales y las plantillas que usan –los mensajes de Twitter o el muro de Facebook- es que son interfaces para la introducción de datos en las gigantes bases de datos que gestionan sus propietarios. Una vez que se entiende esto, se modifica la perspectiva de los medios digitales de masas. Para mí fue una revelación similar a la que experimenté tras leer el informe sobre publicidad en televisión *Adcult USA*, de James Twitchell, en el que defendía que la era la publicidad comercial la que era estratégicamente interrumpida por la programación, y no al revés.

Es necesario, por lo tanto, que nuestra aproximación a los medios de masas digitales se entienda a través de la racionalidad comercial. Ahora bien, hay diferentes tipos de instancias que funcionan en torno a la automatización y que

merecen ser analizadas detenidamente. Me gustaría discutir simplemente unas pocas para poder sedimentar algunos datos generales en relación con los temas principales que intento desarrollar en la presente investigación.

Intentaré hablar principalmente de Facebook. Se trata de la plataforma social que más uso junto con *Youtube*. Lo primero que hay que decir de Facebook es que se trata de una simple plantilla, como marca cualquier tipo de base de datos, para que podamos introducir información en ella. Diferentes comentaristas han reseñado cómo este tipo de maniobras generan un uso de Internet basado en el monitoreo. En las primeras plataformas sociales como *MySpace* se permitía al usuario una mayor libertad a la hora de diseñar el aspecto y la función de su página. Los primeros *bloggers* estaban mucho más familiarizados con las bases del código HTML y producían sitios mucho más completos que Facebook.

Recomiendo la obra de Hossein Derakhshan, autor que analiza cómo ha cambiado la escritura de blogs en los últimos quince años. También podemos señalar que diferentes plataformas de blogs como Wordpress permiten mayor variedad de diseño a los usuarios, pero también que dirigen a los usuarios a plantillas mucho más limitadas funcionalmente, con instalaciones sencillas basadas en opciones «plug and play».

Una plantilla es una especie de automatización. No es en sí misma un proceso digital específicamente automatizado, pero Facebook permite una suerte de «automatización» del proceso de diseño del interfaz, de las relaciones que se establecen con otros usuarios y de las localizaciones y operaciones digitales. Las diferentes ventanas en las que puedes escribir en tu página de Facebook conectan con otros lugares y otras operaciones que pueden ser estudiadas según participas, das un toque, comentas o respondes. Las plantillas son una vieja técnica de automatización. Han sido usadas en la producción y en la comunicación durante muchos siglos.

Una plantilla permite que algunas de las tareas asignadas se completen «automáticamente». Son «recordadas», y así el productor de información no tiene que prestarles atención, sino que incluso puede olvidarlas para producir el objeto o el documento deseado. La plantilla concretiza el conocimiento y el área de especialidad de los expertos que trabajaban antes de su misma existencia. Su existencia es un gran avance –permite que la producción sea más sencilla, menos compleja, y por lo tanto, nos deja invertir más tiempo en otros aspectos del proceso de producción. También nos permite «compartir» habilidades, haciendo que la expansión del objeto sea mucho más amplia. Pero también entraña riesgos: su popularidad puede llevar a una pérdida de las áreas de especialidad a través del olvido de las técnicas y las habilidades que había «automatizado». También puede limitar e incluso empobrecer el rango y la calidad de los productos creados, y eso puede limitar el futuro impacto para mejorar o hacer evolucionar la producción. Puede sugerir que ciertas tradiciones o saberes han quedado anticuados y son menos válidos para una cierta sociedad.

Esto es lo que ocurrió a una escala sin precedentes con las plantillas y otras técnicas de producción automatizada en la revolución industrial –lo que fue (y es) una conmoción económica y social en respuesta a un cambio fundamental en los medios tecnológicos de construir objetos. Las máquinas industriales para ovillar lana, y posteriormente todas esas máquinas para ensamblar y coordinar distintos objetos, extrajeron los gestos experimentados de gente real y los concretaron en máquinas de precisión. Hubo un aumento inmenso en la capacidad de producción, pero vino acompañada de una transformación radical en el estatus, el rol y el valor del trabajo de la gente. La actividad de la mayoría fue redefinida, como ya analizó Marx- como genérica, un esfuerzo indiferenciado medido simplemente en «horas de trabajo».

La automatización de maneras de fabricar cosas que la plantilla representa es, de hecho, parte de nuestra condición general como usuarios de distintas herramientas. A este respecto, lo que quizá podríamos llamar la «Plantilla de Facebook para la comunicación social» es parte de una historia muy larga de técnicas y tecnologías. Y al mismo tiempo que nos otorga grandes beneficios, nos plantea notables riesgos. La automatización de maneras y modos de vivir es parte de nuestro «ser técnico». Es lo que el filósofo Bernard Stiegler denomina un *nosotros*: una forma de vida que ya no es exclusivamente biológica, que no evoluciona como otras formas de vida, sino que se desarrolla técnicamente, históricamente y culturalmente.

Hoy estamos precavidos ante la continua expansión de nuestras redes sociales en tiempo real a través de nuevos dispositivos y servicios que nos llevan hacia límites ecológicos más allá de los cuales las reservas geofísicas de aire, agua y clima (entre otras) que, de pronto, ya no parecen aseguradas.

La plantilla de Facebook es compleja. Opera y crea significados como uno de los puntos clave del interfaz de Facebook, acumulando e integrando el tráfico online mediante un diseño llamado *Facebook Platform*, cuyo eje es el *Facebook Open Graph protocol*. Les invito a consultar la discusión propuesta por Taina Bucher en su «*A technicity of Attention: How Software makes sense*» (2012). De acuerdo con Bucher, este sistema de captura es la clave para entender los intereses económicos de Facebook y sus fines comerciales. Esta implementación es «automática», «anticipatoria» y «personalizada». Facebook permite a otras páginas mejorar su visibilidad recomendando su perfil, su conectividad u otros sistemas. El botón «*me gusta*» y el «*Sigue a esta página*» son ejemplos clave. Los dueños de páginas ajenas a Facebook tienen la posibilidad de generar nuevos flujos de noticias y recomendaciones en el interfaz de aquellas personas que se han registrado en su red social o que le han dado a «*me gusta*» a su página. En este proceso, Facebook aumenta el enfoque y el rango del análisis de datos de los usuarios para monitorear sus actividades y sugerir potenciales estrategias de marketing a las marcas.

Así que Facebook funciona a la vez como una operación industrial y post-industrial. Se produce y distribuye como un medio masivo global, con modelos estandarizados y servicios que remiten a los procesos de fabricación industrial tradicional. Pero es post-industrial en el sentido en el que yo planteaba una evolución desde la superación del capitalismo que nos rodea desde 1940. Y es un ejemplo de comunicación post-digital, ya que la organización del consumo no sólo ocurre mediante el marketing que se vale de los medios de masas tradicionales como la radio o la televisión, sino en la organización de nuestras vidas cotidianas, experiencias y comunicaciones en tanto nuevos «trabajadores», los *usuario-consumidores*. Teóricos como Tiziana Teranova o Maurizio Lazzarato han descrito esta actividad como trabajo «inmaterial» o «afectivo». A través de la actividad de cada red social, automáticamente se produce información que sirve como un recurso material para los procesos de Facebook –que a su vez, se lo vende a sus clientes, que sacan beneficios gracias aquellos sistemas y servicios que Facebook monitorea en base a tu actividad.

Stiegler llama a esto el último nivel de la «proletarianización» que comenzó con la revolución industrial. Regresa a Marx para explicar este término –que generalmente usamos para referirnos a cómo la organización de las fábricas transformó a los trabajadores en una cantidad abstracta de fuerza de trabajo. En la lectura de Stiegler, en el sistema capitalista actual, la *proletarianización* de los productores no es el único rasgo constitutivo. Los niveles de automatización propuestos por Tom Davenport muestran cómo la técnica genera nuevos métodos y nuevos horizontes, pero Stiegler ha sido capaz de expandir esta idea más allá del marco del simple movimiento consumo/producción. Al comienzo de la industrialización, el trabajador fue despojado de sus habilidades, así como de su control sobre el tiempo o las tradiciones que tenían un cierto valor económico y social conectado a ellas. La reinención tecnológica de la producción fue el corazón de la *proletarianización*, más que la estricta reordenación política y económica del proceso de producción.

Para Stiegler es fácil darse cuenta de que la nueva fase de *proletarianización* de las sociedades post-industriales es una «*proletarianización* del consumidor». La regulación del deseo del consumidor es la clave de este proceso. Los consumidores son investigados en sus deseos para servir a un procedimiento sistemático e industrial. El objetivo es cortocircuitar las prácticas sociales y culturales que llevan a la gente a adoptar una identidad social particular y a aspirar a ciertas metas como parte de un colectivo. El circuito de los medios sociales basados en el consumo de mercancías es un ejemplo claro de este tipo de estrategias. De hecho, estaba implantado en la era de los medios de comunicación de masas, pero ahora se vuelto mucho más intenso y persuasivo gracias al uso de estrategias en tiempo real. La mediación digital e industrial impregna prácticamente cada momento de las rutinas diarias y de los intereses y actividades de la gente. El último libro de Jonathan Crary, *24/7* (2013) es un comentario sardónico al respecto. Para Crary, dormir es la actividad enemiga del neocapitalismo global,

y su última frontera. El capitalismo global odia que el usuario-consumidor duerma, así como el capitalismo industrial odia el fin de semana o las vacaciones pagadas del trabajador. En mi clase de *Media Cultures*, mis estudiantes escriben blogs sobre cómo sus teléfonos, que se encuentran cargando junto a sus camas, a menudo les despiertan en mitad de la noche con algún tipo de notificación nueva. Esta es la «automática» regulación del sueño y la vigilia.

5. Conclusiones

Creo que la automatización de la vida cotidiana necesita ser examinada desde la perspectiva de los riesgos que existen, y que la expansión de los servicios digitales debe ser convenientemente evaluada. Para Stiegler, la *proletarianización* del consumidor es un aspecto perturbador de las actuales tendencias en cultura digital. La pérdida del *savoir vivre* –saber cómo vivir, y saber «qué es lo que hace que la vida valga la pena ser vivida»– se combina y exacerba con la pérdida de la primera generación de proletarios: el hecho mismo de saber cómo hacer cosas. Ambos rasgos combinados son los ingredientes de una receta que lleva a una catástrofe sistémica que estamos comenzando a intuir en las dimensiones social, geopolítica, económica y ecológica.

Las actualizaciones de noticias de Facebook son un gran indicador del proceso que la *proletarianización* está tomando y de su hoja de ruta. Las noticias en la era de la prensa o incluso de la televisión estaban relacionadas con la esfera global, con (al menos en principio), la emisión y análisis de eventos con significación e interés colectivo. Las noticias de Facebook han sido redefinidas por las marcas para monopolizar la atención del usuario. «Noticias» ahora significa un continuo flujo de boletines personales de amigos sobre sus vidas personales, a los que además se espera que el usuario responda con sus propios contenidos. También se pueden encontrar videos o enlaces a contenidos «noticiosos». Sin embargo, sobre el gobierno racional, el flujo de noticias está diseñado para enganchar a su interfaz gráfica y a aquellos sitios que se conectan mediante *Open Graph*. El flujo de noticias se selecciona automáticamente y se actualiza en torno a algoritmos que Facebook genera para intentar interesarte y para que empaticen con tus intereses y actividad afectiva (basada, a su vez en la actividad previa que has generado en el sistema). (En este sentido, estoy agradecido a aquellas publicaciones que recibo gracias a mis amigos de Facebook que practican actividades deportivas, ya que así puedo ver publicaciones y grupos de opinión que de otro modo se me escaparían, ya que en general me rodeo de intelectuales grñones de izquierda interesados en los medios de comunicación como yo mismo).

Si alguien quisiera confiar únicamente en el flujo de Facebook, o Twitter, o Instagram... ¿en qué clase de mundo se estarían moviendo?

Como he intentado demostrar, estamos ante una cuestión ya antigua que se formuló por primera vez ante la era dominada por los medios de comunicación

convencionales. Pero la pregunta sobre cómo los media controlan nuestra experiencia y nos dan acceso al conocimiento debe ser formulada y respondida con cada nueva innovación, con cada nuevo desarrollo tecnológico que genera nuevas condiciones de mediación, porque entre el Yo y el «nosotros» únicamente encontramos artefactos, aparatos y objetos. Mi acercamiento a la «automatización» se ha centrado más en el nivel estructural o «de fondo» de los sistemas automatizados frente a algunos de otros grandes desarrollos como los interfaces de reconocimiento de voz como Siri, el diseño de agentes robóticos diseñados con Inteligencia Artificial o la automatización en el periodismo y en el diseño de interiores. Pero creo que este recorrido es necesario como un punto de partida. Y nos permite atisbar las primeras cuestiones en el campo de la automatización digital.

Es muy importante recordar la insistencia de Stiegler en que la automatización es necesaria e inevitable. El sueño de que hay un camino que se aleja de la tecnología moderna hacia un mundo más «natural» es una fantasía. Es un error pensar que podemos abolir y abandonar todas las formas de automatización digital o que esto sería una respuesta viable ante los riesgos de *proletarianización* o de destrucción del entorno que vivimos en la actualidad. Necesitamos «automatización», incluso si somos conscientes de que es una tendencia que tiende a expandirse por toda nuestra vida cotidiana, 24 horas, 7 días a la semana, como diría Crary. Es necesario, por lo tanto, desarrollar una aproximación crítica apropiada a las extraordinarias posibilidades de las tecnologías digitales. Es cierto que emergen de la enorme influencia de una cultura especialmente dominada por el comercio para ser la última innovación hacia el consumidor. Pero esto no es necesaria o inevitablemente la suma total de su carácter o de sus potencialidades. Como la automatización tiende a hacernos olvidar que las cosas se pueden hacer y se han hecho de manera diferente, es imperioso recordarlo y mantener la posibilidad de declinar o mejorar su implementación. La cultura digital y la investigación en estudios digitales van a desarrollar un rol crucial. Y debemos prestar especial atención a los artistas, los críticos, y otros individuos y colectivos que han cultivado sus saberes, que hacen las cosas de manera diferente. A toda esta gente y a todos los hackers amateurs, los soñadores y todos los tipos de usuarios que tienen un poder que Stiegler llamó «des-automatizante». Reflejan, juegan, contraprograman, re-contextualizan, buscan nuevos propósitos y piensan de nuevo las cosas que se supone deben ser usadas en torno a unas «instrucciones». Al hacerlo, molestan e incluso reforman las maneras de vivir habituales, automáticas.

La automatización es siempre estúpida en cierto sentido, ya que funciona sin que tengamos que pensar, pero al mismo tiempo, tenemos que ser conscientes de cómo dejamos que la estupidez organiza nuestra vida o si debemos resetear nuestros modos de vivir más o menos radicalmente.

6. Bibliografía

Bucher, Taina (2012). A Technicity of Attention: How Software 'Makes Sense'. En: *Culture Machine*, n° 13, 1-23.

Chamayou, Grégoire (2013). *Théorie du drone*. París: La Fabrique Editions.

Crary, Jonathan (2013). *24/7: Late capitalism and the ends of sleep*. Londres: Verso.

De Certeau, Michel (1988). *The practice of Everyday Life*. Los Ángeles: University of California Press.

Lefebvre, Henri (2004). *Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life*. Londres: Continuum.

Stiegler, Bernard (1998). *Technics and time 1: The fault of Epimetheus*. California: Stanford University Press.

Stiegler, Bernard (2011). *The decadence of Industrial Democracies 1. Disbelief and discredit*. Cambridge: Polity Press.

Stiegler, Bernard (2013). *What makes life worth living: On pharmacology*. Cambridge: Polity Press.

Anexo 1. Enlaces web recomendados

<http://globaia.org/portfolio/cartography-of-the-anthropocene/>

<http://www.slideshare.net/MassTLC/tom-davenport-slides-automation-augmentation>

<http://www.technologyreview.com/news/532431/rise-of-the-robot-security-guards/>

<https://www.policeone.com/explosives-eod/articles/7354042-Looking-to-the-future-of-police-robotics/>

